

Abstract

Era of globalization is characterized by a very rapid development of internet, nowadays many things have turned into digital, include business. Marketing activities has also been faced with many changes, now marketing activities are not just limited on conventional ways such as: print ads and electronic media which are high of cost, marketing today can be realized in various media and the costs are relatively low. The low cost of modern marketing can be reached by utilizing social media. The purpose of this study is to determine the influence of social media for brand awareness. The method that used in this research is descriptive quantitative methods, where the data obtained through questionnaires distributed directly to the respondents in the field. Analyses of data were performed with various testing data using SPSS 20 procedures for statistic purpose and the manner of data. Then from these tests will be carried out follow-up by testing hypotheses to answer the problem of this research. The conclusions that can be drawn from this research are social media can be utilized as an effective promotional opportunities and low cost.

Key words: *Social media, and brand awareness.*

Abstrak

Era globalisasi ditandai dengan perkembangan internet yang sangat cepat, dimana saat ini banyak hal telah beralih kedalam bentuk digital, termasuk bisnis. Kegiatan pemasaran pun telah dihadapkan pada banyak perubahan, kini kegiatan pemasaran tidak hanya terbatas pada iklan-iklan dimedia cetak dan elektronik yang menelan biaya besar, pemasaran dewasa ini dapat dilakukan diberbagai media dan cara dengan biaya yang relatif rendah, salah satunya dengan memanfaatkan sosial media. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh sosial media terhadap kesadaran merek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif deskriptif, dimana data-data diperoleh melalui kuesioner yang dibagikan langsung kepada responden dilapangan. Analisis dilakukan dengan berbagai pengujian data-data yang diperoleh dengan menggunakan prosedur SPSS 20 apakah data-data yang diperoleh layak digunakan dalam sebuah penelitian. Kemudian dari pengujian tersebut akan dilakukan tindak lanjut dengan pengujian hipotesis untuk menjawab masalah dari penelitian ini. Simpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sosial media dapat dimanfaatkan sebagai peluang promosi yang efektif dan berbiaya rendah.

Kata kunci: Media sosial, promosi media lini bawah, dan kesadaran merek.